

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Teoritis

##### 1. Instagram

###### a. Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter* digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri dalam bentuk *feed* dan *Story*. Menurut bahasa Kata ‘insta’ berasal dari kata ‘instan’, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat.<sup>1</sup>

Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari *Smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan

---

<sup>1</sup> Atmoko, Bambang Dwi. Instagram *Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 9.

juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>2</sup>

#### b. Sejarah Instagram

*Welcome To* Instagram, inilah kalimat pembuka yang ditulis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di blog resminya pada 6 Oktober 2010, yang menandai lahirnya aplikasi photo sharing revolusioner Instagram. Di *startup* yang didirikannya yaitu perusahaan Burbn, inc. Kevin Systrom dan Mike Krieger bekerja keras untuk mewujudkan layanan jejaring sosial berbasis fotografi sesuai impiannya. Steve Jobs pendiri (Apple), Bill Gates pendiri (Microsoft), Mark Zuckerberg pendiri (Facebook), Matt Mullenweg pendiri (Wordpress), google dan sebagainya adalah para inovator teknologi kelas dunia yang telah mengembangkan produk revolusioner sejak usia muda.<sup>3</sup>

Awalnya, Kevin dan Mike membuat aplikasi mobile web yang diberi nama Burbn. Yang mana aplikasi ini memiliki fitur semacam *check-in* lokasi, pengguna akan mendapatkan poin di aplikasi setiap mereka *check in* saat bergaul dengan pengguna lain, mengunggah foto dan banyak lagi. Namun, karena fitur di Burbn terlalu banyak, Kevin dan Mike sengaja membuat aplikasi yang lebih simple yaitu Instagram

---

<sup>2</sup> Atmoko, Bambang Dwi. Instagram *Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 10.

<sup>3</sup> Ibid 10.

dengan 3 macam fitur, yaitu unggah foto, komentar dan suka. Jadi pengguna tidak direpotkan dengan media sosial ini. Passion Kevin di bidang fotografi, ternyata tren pengguna Burbn lebih banyak yang memanfaatkan fitur *photo sharring* dibandingkan fitur yang lainnya. Akhirnya yang tersisa adalah sebuah aplikasi *photo sharing* yaitu Instagram.

Peluncuran Instagram pertama kali berlangsung sukses, dalam waktu seminggu saja, penggunanya telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat pula Kevin dan Mike melakukan *upgrade*. Seluruh situs Instagram dipindah ke layanan berbasis *Cloud Amazon* yang lebih kredibel. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama twitter membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di trending topik dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu sekitar 2, 5 bulan pengguna Instagram dengan cepat telah meningkat menjadi satu juta orang. Selama lebih dari setahun, Instagram hadir secara eksklusif di *platform IOS*.

Instagram menjadi layanan *photo sharing* yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lain yaitu Android, karena *platform* buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Masuk ke *platform* buatan google berarti menjangkau lebih banyak lagi pengguna di seluruh dunia. Pada tanggal 3 April 2012 menjadi hari bersejarah bagi Instagram karena telah sukses berada *platform* di

android. Jumlah pengguna Instagram sebelumnya berjumlah 30 juta bertambah 1 juta hanya dalam 12 jam dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan *photo sharing* dan Burbn sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 mei 2012 jumlah pengguna menjadi 50 juta dan terus bertambah 5 juta tiap minggunya. Hanya berselang 9 hari setelah *booming* kehadirannya di android, perusahaan ini diakuisi oleh facebook.<sup>4</sup>

### c. Fitur-Fitur Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan mengambil gambar atau foto yang menerapkan *filter* digital untuk mengubah tampilan efek foto, dan membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak dibagian bawah yaitu sebagai berikut :

#### 1. *Home Page*

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Kurang lebih 30 foto terbaru dimuat saat pengguna mengakses aplikasi, Instagram hanya membatasi foto-foto terbaru.

---

<sup>4</sup> Atmoko, Bambang Dwi. Instagram *Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 12.

## 2. *Comments*

Sebagai layanan jejaring sosial Instagram menyediakan fitur komentar, foto- foto yang ada di Instagram dapat dikomentar di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah foto, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai foto pada kotak yang disediakan setelah itu tekan tombol *send*.

## 3. *Explore*

*Explore* merupakan tampilan dari foto-foto populer yang paling banyak disukai para pengguna Instagram. Instagram menggunakan algoritma rahasia untuk menentukan foto mana yang dimasukkan ke dalam *explore feed*.

## 4. Profil

Profil pengguna dapat mengetahui secara detail mengenai informasi pengguna, baik itu dari pengguna maupun sesama pengguna yang lainnya. Halaman profil bisa diakses melalui ikon kartu nama di menu utama bagian paling kanan. Fitur ini menampilkan jumlah foto yang telah diupload, jumlah follower dan jumlah following.

## 5. *News Feed*

*News feed* merupakan Fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*Following*”

dan “*News*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna follow, maka tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna Instagram terhadap foto pengguna, memberikan komentar atau follow maka pemberitahuan tersebut akan muncul di tab ini.

## 6. Instagram *Stories*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengirim foto dan video yang bisa menghilang dalam kurung waktu 24 jam. Foto dan video yang dibagikan melalui Instagram *Stories* bersifat sementara dan bisa menghilang. Namun Instagram juga memiliki fitur sorotan yang bisa menampilkan hasil story setelah 24 jam yang bisa ditentukan pengguna dan di tampilkan di Profil pengguna.<sup>5</sup>

## 2. Eksistensi Diri

### a. Pengertian Eksistensi Diri

Secara etimologi, istilah *existence* berasal dari bahasa latin *existo*, yang terdiri dari dua suku kata, *ex* dan *sistere* yang berarti muncul, menjadi, atau hadir. Akar atau dasar eksistensi sendiri bermula pada pandangan bahwa manusia selalu hidup dalam bahaya yang tidak pernah lepas dari kecemasan, ketakutan, dan fakta akan kematian. Kondisi-kondisi inilah yang mendorong manusia untuk

---

<sup>5</sup> Atmoko, Bambang Dwi. Instagram *Hanbook Tips Fotografi Ponsel*. (Jakarta: Media Kita, 2012), 28.

mewujudkan Eksistensi Dirinya dengan merealisasikan kemungkinan-kemungkinan yang ada dalam rangka mencapai kehidupan yang bermakna.<sup>6</sup>

Definisi secara sederhana, eksistensi adalah bagaimana keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, yang dalam kata lain ingin diakui keberadaannya khususnya dalam lingkungan sosial tempat individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya. Banyak usaha yang dilakukan seseorang untuk membentuk, mempertahankan dan menunjukkan Eksistensi Dirinya. Salah satunya dengan menggunakan media sosial. Jika diaplikasikan dalam Eksistensi Diri yang digunakan dalam diri masyarakat untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi diri, maka Eksistensi Diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan oleh orang lain tentang keberadaan dirinya dengan menggunakan media sosial.<sup>7</sup>

Soren Kierkegaard adalah seorang tokoh eksistensialisme yang pertama kali memperkenalkan istilah “eksistensi” pertama di abad ke-20. Kierkegaard memiliki pandangan bahwa seluruh realitas eksistensi hanya dapat dialami secara subjek oleh manusia, dan mengandaikan bahwa kebenaran adalah individu yang bereksistensi. Kirkegaard juga memiliki pemikiran bahwa eksistensi manusia bukanlah statis namun

---

<sup>6</sup> Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial untuk Psikologi & Psikiatri*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2002), 40.

<sup>7</sup> Dwi Ajeng Rindayu Oktavia, Edy Sudaryanto, “Motif Penggunaan Swafoto Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Dalam Akun Instagram”, *Representamen*, Vol 4 No 01 (2018), 3.

senantiasa menjadi. Artinya manusia selalu bergerak dari kemungkinan untuk menjadi suatu kenyataan. Melalui proses tersebut manusia memperoleh kebebasan untuk mengembangkan suatu keinginan yang manusia milik sendiri. Karena eksistensi manusia terjadi karena adanya kebebasan, dan sebaliknya kebebasan muncul karena tindakan yang dilakukan manusia tersebut.<sup>8</sup>

Jika diaplikasikan dalam Eksistensi Diri yang digunakan dalam diri remaja untuk menggunakan media sosial sebagai cara untuk menunjukkan Eksistensi Diri. Eksistensi Diri diartikan sebagai usaha individu dalam mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang keberadaan dirinya. Dengan menggunakan media sosial, setiap individu berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang Eksistensi Dirinya.<sup>9</sup> Eksistensialisme adalah hal yang mengada dalam dunia (being-in-the-world), dan menyadari penuh akan keberadaannya.<sup>10</sup>

## 1. Konsep Dasar Eksistensi Diri

Konsep dasar Eksistensi Diri digambarkan sebagai berikut:

- a. Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu “menjadi” atau “mengada”. Eksistensi tidak bersifat kaku dan terhenti,

---

<sup>8</sup> Martin, O.P., Vincent. *Filsafat Eksistensialisme, Kierkegaard, Sarte, Camus*, Penerj, Taufiqurrohman ( Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.) 97.

<sup>9</sup> Alboin Leonard PS, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)*, Skripsi (Surakarta: Universitas Sebalas Maret, 2016), 9.

<sup>10</sup> Koeswara, *Psikologi Eksistensial*. (Bandung: PT. ERESKO Bandung, 1987), 113.

melainkan lentur dan mengalami perkembangan atau kemunduran sesuai kemampuan individu dalam mengaktualisasikan potensinya.

- b. Eksistensi adalah pemberian makna. Hal ini sesuai dengan hakekat kesadaran manusia itu sendiri sebagai intensionalitas, yang selalu mengarah ke luar dirinya dan melampaui dirinya (transendensi). Manusia tidak bersifat imanen (terkurung dalam dirinya sendiri), melainkan transenden (keluar atau melampaui dirinya sendiri. Melalui Transendensi, dunia di luar dirinya menjadi bagian dari dirinya.
- c. Eksistensi adalah ada-dalam-dunia. Manusia tidak hidup sendiri dan berada dalam diri sendiri, melainkan berada dalam dunianya. Manusia tidak bisa lepas dari (dan tidak dapat terealisasi tanpa) dunianya. Dunia dalam arti ini terus berkembang dan bersifat subjektif, karena bersifat terpusat pada manusia, sehingga setiap kontak manusia dengan sesuatu di luar dirinya selalu ditandai oleh subjektifitasnya atau fakta yang ada dalam pemikiran sebagai persepsi, keyakinan dan perasaan.
- d. Manusia hidup dalam *mitwelt*, *eigenwelt*, dan *umwelt*

1) *Umwelt* (dunia biologis)

Merupakan dunia objek-objek di sekitar kita, dunia yang bersifat objektif. *Umwelt* adalah dunia kebutuhan

biologis, dorongan hewani, naluri tidak sadar, dan segala sesuatu yang biasanya dinamakan “lingkungan”.

2) *Mitwelt* (dunia sosial)

Merupakan dunia perhubungan antar manusia, terdapat perasaan seperti benci dan cinta. Baik cinta dan benci, tidak pernah bisa dipahami hanya sebagai sesuatu yang bersifat biologis dan tergantung pada sejumlah faktor yang bersifat manusia, misalnya keputusan pribadi dan komitmen terhadap orang lain.

3) *Eigenwelt* (dunia diri sendiri)

Merupakan pusat dari perspektif manusia dan pusat dari perhubungan antara manusia dengan benda-benda atau orang lain. *Eigenwelt* juga berarti kesadaran, bahwa manusia “ada” dan “keberadaannya” tidak dapat disangkal. Tanpa kesadaran itu manusia kehilangan orientasi dan dengan demikian kehilangan eksistensinya.

- e. Eksistensi adalah “milik pribadi”. Tidak ada dua individu yang identik. Tidak ada pula dua pengalaman identik. Oleh sebab itu, eksistensi adalah milik pribadi, yang keberadaannya tidak tergantikan oleh siapapun.
- f. Eksistensi mendahului esensi. Hal ini berarti bahwa nasib manusia dan takdir manusia, struktur hidup manusia, dan konsep tentang manusia, adalah dipilih dan ditentukan

sendiri oleh manusia.

- g. Eksistensi adalah otentik atau tidak otentik. Eksistensi sebagian besar manusia adalah tidak otentik. Manusia lupa akan dirinya sendiri, dikuasai oleh kekuatan massa atau oleh pesona benda, mengabaikan hati nurani, gampang terpengaruh oleh iklan menggoda, dan lain-lain. Padahal manusia bisa memilih dan bertindak secara otentik sadar diri, bertindak atas kekuatan sendiri, bersedia mendengarkan hati nurani sendiri.<sup>11</sup>

Pada dasarnya manusia memiliki kebebasan penuh atas penggunaan Instagramnya. Mereka bebas untuk bisa menentukan apa saja yang menurut mereka bisa memberikan manfaat terhadap dirinya sendiri. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Satre bahwa Eksistensi manusia selalu memiliki kebebasan sejauh tindakannya mendatangkan manfaat bagi eksistensi hidupnya. Manusia harus selalu siap bereksistensi dan mengisi nilai sendiri bagi eksistensi hidupnya.<sup>12</sup>

## 2. Ciri-ciri Individu yang memiliki Eksistensi Diri

Ciri-ciri individu yang memiliki Eksistensi Diri menurut Smith adalah sebagai berikut:

- Kesadaran diri, yaitu kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan diri sendiri, apa yang mampu

---

<sup>11</sup> Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial untuk Psikologi & Psikiatri*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2002), 10.

<sup>12</sup> Fuad Hasan. *Berkenalan dengan Eksistensialisme*, (Jakarta: Pustaka Jaya, 1992) h. 134.

dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya.

- Konsistensi terhadap kehidupan, yaitu tidak terombang-ambing dengan setiap ide atau peluang baru atau perubahan kejadian.
- Kepercayaan diri, yaitu kemampuan individu untuk melihat sisi positif dari suatu peristiwa.
- Kesadaran akan kekuatan misi pribadi, yaitu visi tentang apa yang perlu dilakukan dan semangat serta focus dalam melakukannya.
- Ketenangan atau kedamaian, yaitu tetap berkepala dingin meskipun menghadapi banyak masalah
- Daya tarik pribadi, yaitu sesuatu yang menjadi daya tarik individu sehingga dapat mempengaruhi penilaian orang lain terhadap dirinya.
- Harga diri, yaitu bagaimana individu memfokuskan pada orang yang dilayani atau individu mampu bekerja.
- Kesadaran akan keunikan diri, yaitu tidak membandingkan diri dengan orang lain atau mengkhawatirkan apa yang tidak dimiliki diri.
- Kesadaran akan peran, yaitu kesadaran mengenai pentingnya peran yang ada dalam dirinya untuk segera

direalisasikan.<sup>13</sup>

### ***b. Uses and Gratification***

Penggunaan (*uses*) isi media untuk mendapatkan pemenuhan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang atau *uses and gratification*, salah satu teori dan pendekatan yang sering digunakan dalam komunikasi. Teori dan pendekatan ini tidak mencakup atau mewakili keseluruhan proses komunikasi, karena sebagian besar perilaku *audience* hanya dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*need*) dan kepentingan (*interest*) mereka sebagai suatu fenomena mengenai proses penerimaan (pesan media)<sup>14</sup>.

Teori *Uses and Gratification* milik Blunner dan Katz yang mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi.<sup>15</sup>

Teori *uses and gratification* merupakan pengembangan dari teori atau model jarum hipodermik. Teori ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Kartz pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratification Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha

---

<sup>13</sup> Abidin, Zainal. *Analisis Eksistensial untuk Psikologi & Psikiatri*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2002), 56.

<sup>14</sup> Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat* (Jakarta: Kencana, 2009), 290.

<sup>15</sup> Alboin Leonard PS, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)*, Skripsi (Surakarta: Universitas Sebalas Maret, 2016), 10.

untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan.<sup>16</sup>

Menurut Nuruddin Teori *Uses and Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. Pengguna bisa memilih apa yang dia gunakan atau tidak dia gunakan untuk bisa memenuhi kebutuhannya. Dalam bermedia sosial seseorang memiliki motif atau latar belakang yang menyebabkan dia menggunakan media sosial.

Penjelasan mengenai teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa setiap orang selalu memiliki kebutuhan yang memerlukan pemenuhan. Menurut Harzog, jenis kepuasan tertentu yang diinginkan khalayak dapat menentukan perhatian terhadap isi pesan media. Individu memiliki penilaian dan kepercayaan terhadap salah satu media massa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Motif akan mendukung penilaian dan kepercayaan individu terhadap media sehingga terdorong untuk mengkonsumsinya. Setelah dikonsumsi, akan terlihat apakah media dapat memenuhi motif awal menonton atau tidak.<sup>17</sup>

Teori *uses and gratification* ini menjelaskan tentang sifat khalayak

---

<sup>16</sup> Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada), hal 191-192

<sup>17</sup> Morissan, *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 514

yang aktif dalam mengkonsumsi media sehingga mereka dapat selektif dalam memilah-milah pesan media yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan audiensi. Pemilihan media yang dilakukan oleh audiens merupakan salah satu cara pemenuhan kebutuhan mereka dalam menerima informasi. Khalayak mengkonsumsi suatu media didorong oleh motif tertentu guna memenuhi kebutuhan mereka. Inti teori *uses and gratification* sebenarnya adalah pemilihan media pada khalayak berdasarkan kepuasan, keinginan, kebutuhan, atau motif. Pada dasarnya komunikasi terutama pada media massa tidak memiliki kekuatan untuk mempengaruhi khalayak. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan terhadap motif-motif tersebut.

Menurut Mc.Quail, terdapat empat kategori motif pengkonsumsian media:

1. Motif Informasi

Pengguna dikatakan memiliki motif informasi, apabila ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar

2. Motif Identitas Pribadi

Pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.

3. Motif Integrasi dan Interaksi sosial

Pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi apabila ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.

#### 4. Motif Hiburan

Pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila ingin melepaskan diri dari rutinitas.<sup>18</sup>

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan khalayak yang dipenuhi oleh media didasari oleh motif-motif tertentu. Komunikasi massa memiliki motif informasi, identitas pribadi, integrasi interaksi, dan fungsi hiburan. Terpenuhinya motif tersebut menciptakan kepuasan atau tidak kepuasan khalayak setelah kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal yang mendasari individu memilih suatu media.<sup>19</sup> Dapat disimpulkan bahwa kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

##### 1. Kepuasan Informasi

Pengguna dikatakan memiliki kepuasan informasi apabila dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar.

---

<sup>18</sup> McQuail, Denis. *Teori Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (2<sup>nd</sup>)*, (Jakarta: Erlangga 1987), 72.

<sup>19</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2006), 215-216

## 2. Kepuasan Identitas Pribadi

Pengguna dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi apabila dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi diri sendiri.

## 3. Kepuasan Integrasi dan Interaksi sosial

Pengguna dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi apabila memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial.

## 4. Kepuasan Hiburan

Pengguna dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila dapat melepaskan diri dari permasalahan.

### **B. Penelitian Terdahulu**

Penulis telah mencari referensi penelitian yang terdahulu, yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Diantarannya yaitu penelitian yang ditulis oleh:

1. Arif Hermansyah. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa pada tahun 2019. *Pengelolaan Kesan Selebgram Dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Selebgram Lokal di kota Cilegon)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, sedangkan teori yang digunakan adalah teori Dramaturgi. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui Pengolahan kesan yang dilakukan oleh Selebgram dalam panggung depannya seperti menampilkan suatu kesan yang mewah dan

ingin membangun suatu kesan bahwa dirinya merupakan seseorang yang berada dan memiliki Eksistensi Diri yang ingin diketahui oleh pengguna Instagram lainnya. Pengolahan kesan pada panggung belakang adalah karakter personal yang ditunjukkan oleh selebgram di luar aktifitas mereka di dalam akun Instagramnya sangatlah berbeda dengan apa yang ditampilkan di Instagram. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Arif Hermansyah dengan penelitian ini adalah sama-sama menggunakan Instagram sebagai objek penelitian. Perbedaannya adalah penelitian oleh Arif Hermansyah menggunakan teori Dramaturgi sedangkan penelitian ini akan menggunakan teori Eksistensi Diri dan teori *Uses and Gratification*. Jika penelitian Arif Hermansyah fokus untuk mendeskripsikan pengolahan kesan Selebgram dalam memanfaatkan Instagram dari panggung depan dan panggung belakang, penelitian yang akan datang akan mendeskripsikan bagaimana penggunaan dan pemanfaatan Instagram sebagai Eksistensi Diri Siswa SMAN 8 Kota Kediri.

2. Alboin Leonard PS. Universitas Sebelas Maret pada tahun 2016. *Penggunaan Media Sosial Sebagai Eksistensi Diri (Studi Deskriptif Kualitatif Penggunaan Media Sosial Untuk Eksistensi Diri pada Mahasiswa FISIP UNS Tahun Ajaran 2015/2016)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan Deskriptif Kualitatif. Persoalan yang dikaji dalam penelitian ini adalah Penggunaan Media Sosial digunakan sebagai sarana untuk ajang eksis oleh mahasiswa FISIP UNS. **Hasil dari penelitian ini adalah** Media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan

sehari-hari mahasiswa FISIP UNS, hal ini terbukti dari seluruh informan yang dijadikan informan dalam penelitian ini menggunakan media sosial. Berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana untuk eksistensi oleh mahasiswa FISIP UNS angkatan 2015, dapat terlihat dari berbagai fasilitas dalam media sosial. Salah satu diantaranya adalah media sosial yang sering digunakan sebagai sarana untuk ajang eksis dengan cara mengunggah foto *selfie*. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Alboin Leonard dengan penelitian ini adalah sama-sama mendeskripsikan bagaimana menunjukkan Eksistensi Diri seseorang melalui media sosial. Sedangkan perbedaannya adalah, penelitian yang dilakukan oleh Alboin Leonard mendeskripsikan Eksistensi Diri melalui berbagai media sosial, sedangkan penelitian ini lebih fokus mengkaji Eksistensi Diri melalui Instagram yang menjadi salah satu media sosial favorit dikalangan masyarakat. Untuk objek penelitian ini akan menggunakan siswa SMAN 8 Kota Kediri, sedangkan penelitian Alboin Leonard menggunakan objek Mahasiswa. Karakter dan mental Mahasiswa yang lebih dewasa dengan siswa SMA yang masih remaja pasti memiliki perbedaan karena adanya perbedaan umur dan lingkungan.

3. Muhammad Rifefan. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta pada tahun 2014. *Penggunaan Media Online Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademis (Studi Deskriptif Kualitatif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri di Yogyakarta)*. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif sedangkan teori

yang digunakan adalah teori Uses and Gratification. Hasil dari penelitian ini adalah Penggunaan media online untuk kebutuhan akademis oleh mahasiswa Universitas negeri di Yogyakarta ditunjang dengan adanya fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Setiap hari mahasiswa memiliki kesempatan mendapatkan akses internet melalui *Wi-Fi* gratis yang bisa diakses menggunakan *smartphone* atau Laptop yang bisa digunakan untuk mengakses media online baik hanya sekedar melihat berita terbaru, membuka media sosial, ataupun untuk mencari informasi yang berkaitan dengan akademis. Meskipun adanya media *online* sangat dekat dengan mereka, mereka tetap menggunakan media *non online* seperti buku fisik dan jurnal yang bisa didapatkan di perpustakaan universitas. Media *online* digunakan mahasiswa untuk menunjang kebutuhan informasi akademis yang sudah terpercaya kredibilitasnya. Misalnya layanan *Google Book*, *Google Schollar*, *ProQuest*, serta layanan jurnal online dari Universitas menjadi andalan akademisi untuk mencari informasi akademis. Layanan ini menjadi alternatif untuk mencari sumber yang bisa dipertanggungjawabkan ketimbang menggunakan blog dari *author* yang bersifat anonim. Persamaan penelitian Muhammad Rifefan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama menggunakan teori Uses and Gratification. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rifefan mendeskripsikan media online untuk bisa memenuhi informasi akademis mahasiswa sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah

mendesripsikan bagaimana penggunaan dan pemanfaatan Instagram di kalangan SMAN 8 Kota Kediri.

Melihat penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang Penggunaan Instagram sebagai Eksistensi Diri siswa SMAN 8 Kota Kediri. Dalam penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan penggunaan, kepuasan dan motif pemilihan media sosial Instagram siswa SMAN 8 Kota Kediri. Dan juga bagaimana siswa SMAN 8 Kota Kediri menunjukkan Eksistensi Dirinya sebagai salah satu siswa sekolah yang ditunjuk oleh Dinas Pendidikan Kota Kediri sebagai SMA Negeri Olah Raga (SMANKONI) atas banyaknya prestasi di bidang Olah Raga.